

Executives and entrepreneurs in middle-income economies: the place and dynamics of the middle class in the MENA region

Workshop- Valence- May 26, 2023

*The middle-class of Enterprises in Middle East and
North Africa (MENA) during the pandemic:
Do Covid-19 adaptive strategies improve access to credit?*

Imène BERGUIGA

IHEC University of Sousse

Tunisia

Plan

Introduction

Revue de la littérature

Echantillon et statistiques descriptives

Modèles et méthodologie

Résultats d'estimation

Conclusion

• Introduction

- Pendant la pandémie de COVID-19, la **pauvreté** a considérablement augmenté entre 5 et 35 points de pourcentage en 2020 (Hoogeveen et Lopez-Acevedo, 2021). Un groupe de "**nouveaux pauvres**" qui n'étaient pas pauvres au premier trimestre 2020 et qui le sont devenus, a émergé et accentué **le déclin de la classe moyenne**, y compris les **entrepreneurs**.
- En conséquence, les entrepreneurs de la classe moyenne doivent opérer un mode de "gestion de crise" en adoptant des **stratégies d'ajustement du modèle économique** et en recherchant des **sources alternatives de financement** pour maintenir leur viabilité financière et lutter contre la pandémie de Covid-19.
- Certains gouvernements ont lancé **des programmes de soutien** pour fournir des fonds à ces entreprises souffrant de la crise du COVID-19. Cependant, pour la région MENA, la part des entreprises qui ont reçu ou s'attendaient à recevoir un soutien était de 25 %, **inférieure** à celle de l'Europe et de l'Asie centrale, à 46 % et 28 % respectivement.

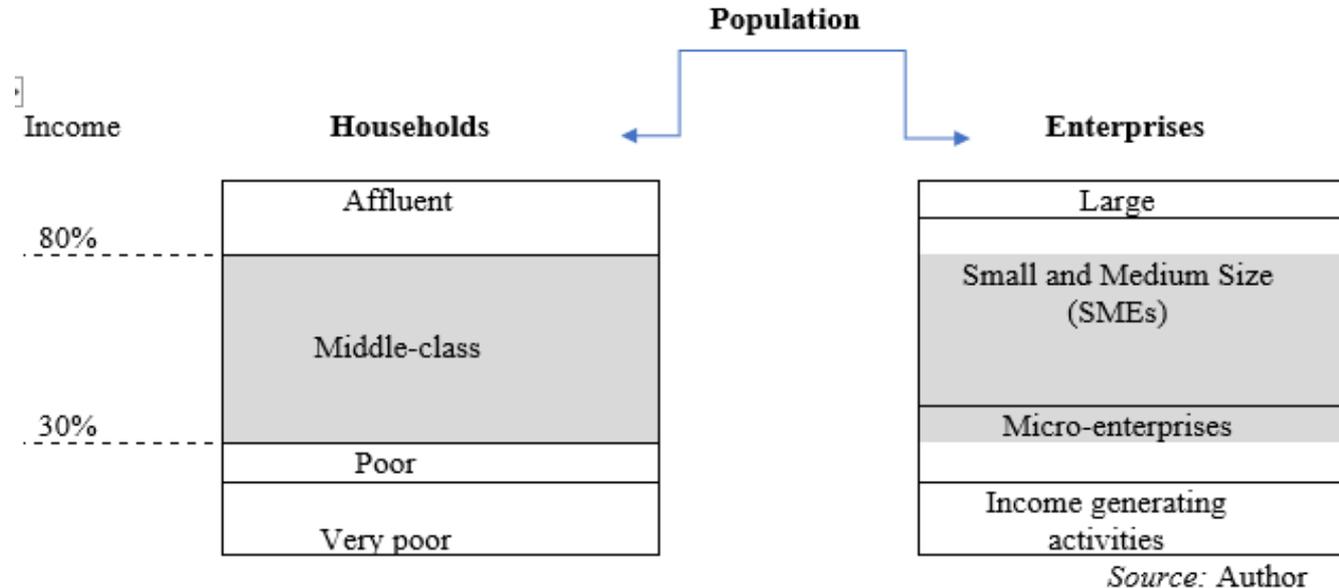
• Introduction

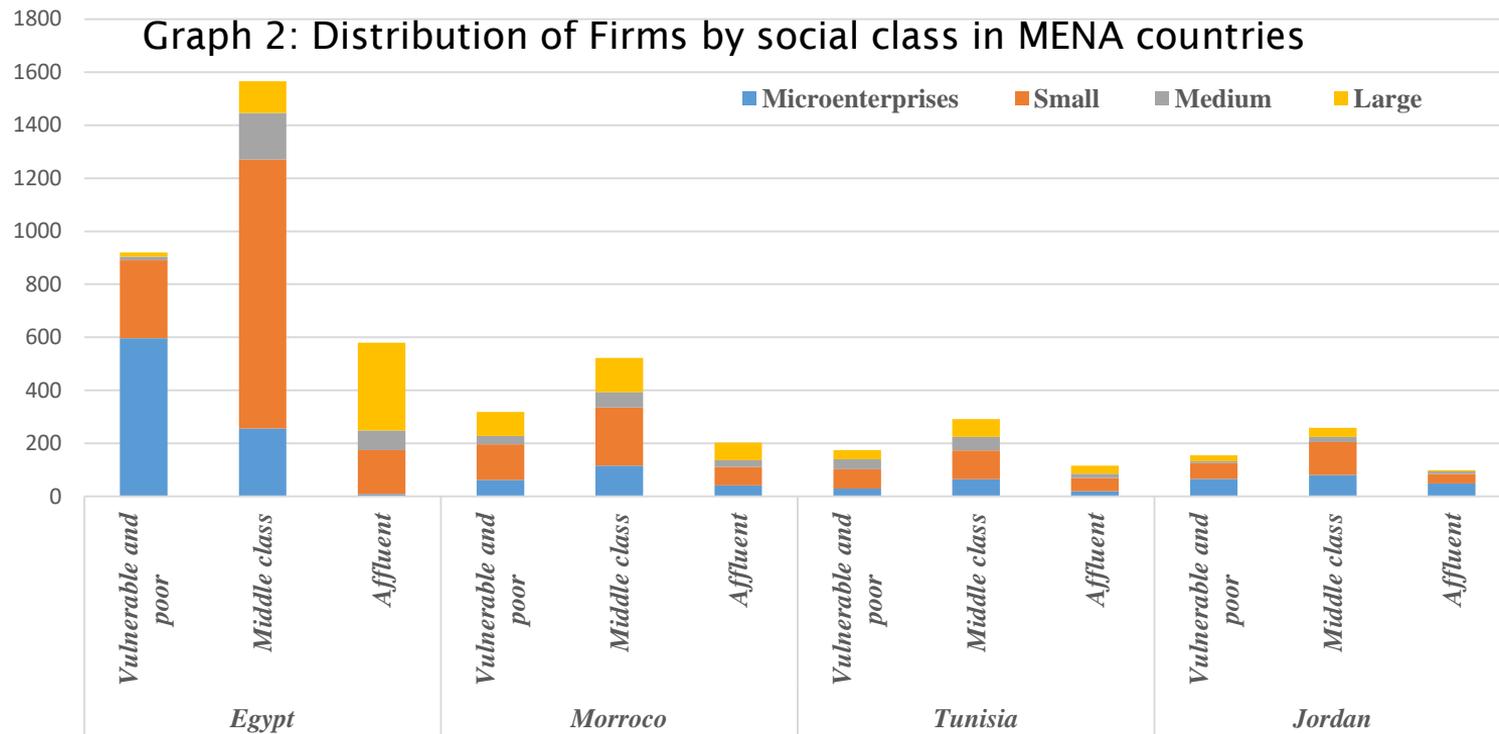
- Notre étude examine l'impact de différentes stratégies adoptées pour ajuster le modèle d'affaires de l'entreprise en réponse à la crise de la pandémie de COVID-19, sur l'accès au financement public des deux côtés : **la demande et l'offre.**
- **Les stratégies d'adaptation au COVID-19 de la classe moyenne des entreprises des pays MENA améliorent-elles l'accès aux programmes de soutien gouvernementaux ? En d'autres termes, du côté de la demande, ces stratégies ont-elles incité les entreprises à postuler ? Ou du côté de l'offre ont-elles augmenté les chances de l'entreprise de bénéficier des programmes gouvernementaux ?**
- Peu d'investigations empiriques sur le sujet de l'entrepreneuriat de la classe moyenne + aucun article n'a abordé la relation entre la question du financement de ces entrepreneurs et les stratégies d'adaptation au Covid-19 dans les pays MENA => Notre étude apporte de nouvelles perspectives.

1. Revue de la littérature

1.1. Les entrepreneurs de la classe moyenne

Pas de consensus sur une quelconque définition de classe sociale (Clément et al, 2022). La définition la plus courante de la classe moyenne repose généralement sur deux critères : **le revenu** et la profession.





la classe moyenne regroupe des micro-entreprises, des entreprises de taille moyenne mais **surtout des petites entreprises** (10-49 salariés), dont 68,8% en Egypte, 51,89% (Maroc), 46,55% (Tunisie) et 56,62% (Jordanie), majoritairement détenues (87%) ou gérées (94%) par **des hommes**. Trois gestionnaires sur quatre ont **une formation universitaire et une expérience mature**.

1.2. Les réponses des entreprises à la crise épidémique du Covid-19

Des **nouveaux défis** pour les petites et moyennes entreprises.

Changement des modèles commerciaux + Adaptation des plateformes numériques

Sun et al. (2022) ont remarqué que leurs réponses à la crise pandémique dépendent de la taille, de la propriété, de l'âge et de l'emplacement de l'entreprise. Ces stratégies peuvent être adoptées afin d'envoyer des **signaux positifs au marché des capitaux** concernant la stabilité financière de l'entreprise (Milde et Riley, 1988).

Programmes gouvernementaux : divers fonds de soutien, report d'impôt, report des remboursements de prêts par les banques, nouveaux prêts pour les entreprises des secteurs concernés, réduction des factures de services publics...

1.3. Comportement de financement pendant la pandémie

Cowling et al. (2022) : 72 % des emprunteurs précédemment rejetés hésitent à demander des prêts pendant la crise du COVID-19

Bartic et al. (2020) : les petites entreprises aux États-Unis ont anticipé des problèmes d'accès à l'aide, tels que les tracas bureaucratiques et les difficultés d'établissement de l'éligibilité.

Gour et al. (2023) : les micro et petites entreprises ont tendance à emprunter davantage à leurs connaissances, telles que des parents et des amis ; elles ont tendance à demander moins de prêts bancaires que les grandes entreprises, tandis que les entreprises de taille moyenne sont plus susceptibles de demander des prêts ; et ils sont plus enclins à signaler des difficultés d'accès au crédit.

=> Comportement de la demande de financement: autosélection

La plupart des PME n'avaient que peu ou pas d'accès aux prêts (Jing et al, 2022).

Gull et al (2023) : de meilleures stratégies adoptées par les PME (telles que l'ajustement du processus et du produit, le déplacement de l'activité commerciale en ligne et les modalités de travail à distance) augmentent leur probabilité d'obtenir de nouveaux crédits du gouvernement et des banques commerciales.

Bui and Do (2021) : l'utilisation de la technologie facilite les demandes de prêt et augmente les taux d'approbation.

Mushtaq et al (2022) : les PME ayant un meilleur accès aux nouvelles technologies et les utilisant davantage sont plus susceptibles d'acquérir des ressources financières auprès des banques.

=> Comportement de l'offre de financement

2. Echantillon et statistiques descriptives

Source : trois vagues sur un échantillon stratifié d'entreprises menées par l'ERF (OAMDI 2021) dans 4 pays MENA : Tunisie, Maroc, Egypte et Jordane.

Échantillon : 2278 petites entreprises (10-49 salariés) appartenant à la classe moyenne (revenu entre 30% et 80%)

Table 1: Distribution of the application for government support programs by country

Country	No application for government programs				Application for government programs						Total
	Self-selection ³		Not aware about programs		Total		Demand accepted		Demand refused		
Tunisia	130	82%	29	18%	159	187	53%	165	47%	352	539
Morocco	67	42%	94	58%	161	82	39%	129	61%	211	372
Egypt	125	49%	128	51%	253	52	28%	132	72%	184	437
Jordan	114	75%	39	25%	153	62	28%	159	72%	221	374
Total	436	60%	290	40%	726 (42.85%)	383	40%	585	60%	968(57.14%)	1694

Table 2: Distribution of the Government funding demand by strategy

Strategy	Not Government support demand (<i>Self-selection</i>)		Government support demand						Total
			Demand granted		Demand refused		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Trade credit	271	29,91%	235	37,01%	400	62,99%	635	70,09%	906
Digital marketing	252	27,81%	197	35,37%	360	64,63%	557	61,48%	809
E-commerce	435	48,01%	204	34,11%	394	65,89%	598	66%	1033

Source: Author from ERF (2021)

3. Modèles et méthodologie

Firm's self – selection $_{ik}$

$$= \begin{cases} 0 & \text{if Government support was needed and not applied for in 2020/2021} \\ \vdots \\ 1 & \text{if Government support was needed and applied for in 2020/2021} \end{cases}$$

Application outcome $_{ik}$

$$= \begin{cases} 0 & \text{if Government support was denied in 2010/2021} \\ \vdots \\ 1 & \text{if Government support was granted in 2020/2021} \end{cases}$$

Both models are estimated according to the general equation for the explained variable Y :

$$E(Y = 1/X_{ikj}) = P_{ikj} = \sum_j \alpha_j X_{ikj} + \sum_j \delta_j W_{ikj} + \sum_j \varphi_j Z_{ikj} + \sum_j \beta_j V_{ikj} + \sum_j \mu_j R_{ikj} + \varepsilon_j$$

Wherein explanatory variables are the following: X_{ik} = business's pandemic crisis strategies; W_{ik} = characteristics of the business; Z_{ik} = current activity of the business during COVID-19; V_{ik} = funding activity of the business; R_{ik} = Control dummies, and ε_j is the error term. (Appendix 4)

4. Résultats d'estimation

4.1. Autosélection (Probit univarié)

Les stratégies de contrôle COVID-19 (*Trade credit, digital marketing et E-commerce*) ont un effet **positif et significatif** sur la probabilité d'auto-sélection

Le recours aux crédits commerciaux **se substitue** aux emprunts bancaires pendant les périodes d'offre de crédit plus restrictives.

Les entreprises investissant dans le *E-commerce* ont été moins impactées par la crise sanitaire.

Les ajustements du modèle d'affaires (utilisation à la fois *digital marketing et E-commerce*) influencent **positivement et significativement** la probabilité d'auto-sélection : les stratégies de numérisation de l'activité ont fait que les entreprises ont choisi de ne pas demander de soutien financier au gouvernement.

Les contraintes de financement (*Financing constraints*) et les prêts informels (*Informal Funding*) sont **significatifs et positifs**.

Table 3. Modèle d'autosélection

Models Variables	(1.a) Trade credit	(1.b) Digital Marketing	(3.c) E-commerce	(4.d) Business model adjustments	(5.e) All the strategies
Trade credit	0.1509***				0.1453***
Digital marketing		0.1042**			0.0410
E-commerce			0.1646***		0.1402***
Business model adjustments				0.1326***	
Industry: Manufacturing	0.0189	0.0275	0.0335	0.0275	0.0218
financing constraints	0.0733*	0.0770**	0.0775**	0.0741*	0.0572
Informal funding	0.1222***	0.1349***	0.1227***	0.1284***	0.1111**
Liquidityshortfall: Increase	-0.0382	-0.0249	-0.0166	-0.0204	-0.0473
Liquidityshortfall: Decrease	0.0227	0.0351	0.0522	0.0433	0.0282
Business status: Temporarily or definitely closed due to COVID-19	-0.1038	-0.1246	-0.1401	-0.1484	-0.1354
Business status: Open	-0.3058*	-0.3459**	-0.3866***	-0.3674**	-0.3547**
Country: Tunisia	0.0338	0.0327	0.0350	0.0344	0.0490
Country: Morocco	-0.3458***	-0.3589***	-0.3701***	-0.3655***	-0.3652***
Country: Egypt	-0.1625***	-0.1846***	-0.2001***	-0.1934***	-0.2046***

4.2. Décision de décision de demande (Probit univarié + Probit bivarié)

Seul le *E-Commerce* en tant que stratégie de contrôle est une variable endogène.

De plus, c'est la seule stratégie qui influence **significativement et négativement** la décision de recevoir un financement gouvernemental : Cette stratégie adoptée a été perçue comme **un signal que ces entreprises de la classe moyenne n'avaient pas un besoin urgent de financement et qu'elles n'étaient pas la cible de la gouvernement pendant la crise sanitaire.**

le déficit de liquidité (*liquidityshortfall*) influence **significativement et positivement** la probabilité d'acceptation de la demande de financement.

Les indicatrices de pays (*Country dummies*) sont **positives et significatives**. Les décisions de rejet de soutien des programmes gouvernementaux aux petites entreprises dans ces pays sont faibles.

Table 4. Modèle de décision de demande

Models Variables	(2.a) Trade Credit Probit	(2.b) Digital Marketing Probit	(2.c bis) E-commerce Bivariate Probit	(2.d) Business model adjustments Probit	(2.e) All the strategies Probit
Trade credit	-0.0441			-0.0440	
Digital marketing		-0.0376		0.0139	
E-commerce			-1.5651***	-0.0921**	
Business model adjustments				-0.0509	
All the strategies					
Industry: Manufacturing	-0.0051	-0.0098	-0.0729	-0.0106	-0.0077
Business status: Temporarily or	0.2539	0.2511	0.3189	0.2452	0.2415
Business status: Open (ref.: Temporarily or definitely closed due to other reasons)	0.1531	0.1534	0.5272	0.1517	0.1615
Liquidityshortfall: Increase	0.0148	0.0130	0.2720	0.0178	0.0266
Liquidityshortfall: Decrease	0.0520	0.0534	0.2701**	0.0563	0.0603
CHALLENGES	-0.0374	-0.0442	-0.0673	-0.0447	-0.0377
financial inclusion	-0.0306	-0.0361	0.0069	-0.0346	-0.0243
Country: Tunisia	0.2303***	0.2288***	0.2131	0.2271***	0.2176***
Country: Morocco	0.0969**	0.1136**	0.3965***	0.1141**	0.1038**
Country: Egypt	-0.0064	0.0026	0.3725***	0.0062	0.0146

Conclusion

Du côté de la demande, l'utilisation de stratégies d'adaptation au Covid 19 est plus susceptible de décourager les entrepreneurs de la classe moyenne de postuler aux programmes gouvernementaux.

Du côté de l'offre, le commerce électronique était la seule stratégie endogène qui diminuait les chances de l'entreprise de bénéficier des programmes gouvernementaux : ils n'encourageaient pas les entreprises à s'adapter technologiquement pendant la crise du COVID-19.

Implications :

Les entrepreneurs de la classe moyenne doivent compter sur leurs capacités d'autofinancement, en temps de crise et anticiper un niveau optimal de préparation de leurs business model afin d'éviter au maximum toute perturbation inopinée.

Limites :

Biais de sélection dû aux seuils de mesure de la classe moyenne, au chiffre d'affaires utilisé comme proxy de revenu, ainsi qu'aux caractéristiques communs (ERF vs. WBES) pour identifier les entrepreneurs de la classe moyenne.

THANK YOU FOR YOUR ATTENTION